

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – CADM

**PLANO DE NEGÓCIO:**  
**Granja Medrado's Agrícola**

SAULO GABRIEL GRANJA MEDRADO

JOÃO PESSOA  
OUTUBRO / 2018

SAULO GABRIEL GRANJA MEDRADO

## PLANO DE NEGÓCIO:

Granja Medrado's Agrícola

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor Orientador:** Adm. Jorge de Oliveira Gomes, MSc

JOÃO PESSOA  
OUTUBRO / 2018

**Seção de Catalogação e Classificação**

M496p Medrado, Saulo Gabriel Granja.

PLANO DE NEGÓCIO: Granja Medrado's Agrícola / Saulo Gabriel  
Granja Medrado. - João Pessoa, 2018.  
50 f. : il.

Orientação: Jorge de Oliveira Gomes.  
Monografia (Graduação) -  
UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócio. 2. Agronegócio. I. Gomes, Jorge de Oliveira. II.  
Título.

UFPB/CCSA

### **Folha de aprovação**

Trabalho apresentado à Banca Examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

**Aluno:** Saulo Gabriel Granja Medrado

**Trabalho:** Plano de Negócios: Granja Medrado's Agrícola

**Área da pesquisa:** Empreendedorismo e Agronegócio.

**Data de aprovação:**

### **Banca Examinadora**

---

Orientador: Prof. Adm. Jorge de Oliveira Gomes, MSc

---

Membro Avaliador: Prof. Miguel Maurício Isoni, Dr

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho em memória da minha mãe. A ela que me ensinou que sonhar é necessário e me deu o suporte necessário para sonhar, traçar estratégias e realizar projetos, me demonstrando através de seus atos que a resiliência é uma característica dos fortes.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus (YAHWEH) por ter me amparado e fortalecido nos momentos de incerteza e hesitação, em momentos que eu pensei em desistir, por ter me mostrado que no mundo teremos aflições, porém, devemos ter bom ânimo para vencer os problemas que por ventura tenhamos que confrontar.

Agradeço a minha família na pessoa da minha tia Maria das Graças Granja, a minha namorada Iasmyn Pereira da Silva e aos seus pais pelo apoio e suporte dado durante esse período de formação e crescimento pessoal e profissional.

Agradeço ao professor Jorge Gomes pela dedicação, disponibilidade e todo auxílio crucial dado na elaboração desse documento.

Agradeço a todo o corpo docente do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba pelos ensinamentos diversos e pela dedicação e seriedade com que trabalham.

*Não te mandei eu? Esforça-te, e tem bom ânimo; não temas, nem te espantes; porque o Senhor teu Deus É contigo, por onde quer que andares.*

*Bíblia Sagrada, Livro de Josué 1:9.*

MEDRADO, S. G. G., **Plano de Negócio: Granja Medrado's Agrícola**. Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Administração. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2018.

## RESUMO

A Agricultura é uma atividade econômica altamente relevante para o Brasil, historicamente o país tem dependido da atividade agrícola desde o período colonial, a referida atividade tem tido um papel fundamental, sendo um pilar central para o desenvolvimento da nação, desde a monocultura em extensas áreas de Cana-de-açúcar, Café, Algodão, chegando nos dias de hoje onde o agronegócio ainda tem papel relevante e tem buscado na diversificação da produção, na agricultura de precisão, na utilização de tecnologias que visam otimizar a produtividade e não apenas expandir as áreas cultivadas um novo patamar no cenário mundial, segundo dados da FAO o Brasil é o segundo maior fornecedor de alimentos do mundo tendo um papel de protagonismo no combate a fome mundial, segundo a EMBRAPA a balança comercial agrícola brasileira apresentou superávit de US\$ 81,7 bilhões em 2017 (dois mil e dezessete), não obstante o Brasil ainda baseia sua pauta de exportações em commodities, deixando de explorar toda potencialidade da cadeia produtiva, muitas vezes exportando grãos sem processamento e importando o produto processado, estudos da OCDE em parceria com a FAO apontam que haverá um aumento da demanda mundial por energia em 40% e por alimentos em torno de 35% devido a fatores como aumento populacional dos países em desenvolvimento, da maior longevidade, da intensa urbanização, do incremento da classe média e das mudanças no comportamento dos consumidores. Alimentando aproximadamente 1,5 bilhão de pessoas ao redor do mundo, o Brasil segundo a FAO é crucial para o alcance das metas globais de abastecimento. A EMBRAPA destaca que a disponibilidade de recursos naturais, associado a políticas públicas, a competências técnico-científicas e ao empreendedorismo dos agricultores brasileiros são os fatores fundamentais para a expansão agrícola do Brasil. Diante do cenário macroeconômico e microeconômico que demonstram que há uma demanda constante por produtos agrícolas, a curto, médio e longo prazo, atrelado a consciência de que a sustentabilidade será um fator relevante na obtenção de uma otimização da produtividade, decidimos pela criação e formalização de uma micro empresa que já nasce com uma visão com foco na gestão da cadeia de suprimentos (SCM), inicialmente atendendo a demanda atacadista local como forma de capitalização da organização, porém, ciente que a agregação de valor através de um sistema de produção sustentável, da busca pela agricultura de precisão e pelo beneficiamento da produção através do processamento e da consequente criação de valor e aumento considerável da rentabilidade eliminando “atravessadores” serão os marcos estratégicos que proporcionaram um crescimento sustentável duradouro.

Palavras Chaves: Agronegócio, Plano de Negócio.



MEDRADO, S. G. G., **Plano de Negócio: Granja Medrado's Agrícola**. Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Administração. Universidade Federal Paraíba. João Pessoa, 2018.

### ABSTRACT

Agriculture is a highly economic activity relevant to Brazil, historically the country has depended on agricultural activity since the colonial period, this activity has had a key role as a central pillar for the development of nation, from monoculture in extensive areas of sugarcane, Coffee, cotton, arriving these days where agribusiness still has a relevant role and has sought diversification of production, precision agriculture, the use of technologies that vision optimize productivity and not just expand the cultivated areas a new level on the world stage, according to data from the FAO Brazil is the second-largest food supplier in the world having a leadership role in fighting world hunger, according to EMBRAPA the scale brazilian commercial presented surplus of 81.7 billion, despite the fact that Brazil still relies on your exports in commodities, leaving to explore all potential of the production chain, often by exporting grain processing and importing the processed product, OECD studies in partnership with FAO indicate that there will be an increase in world demand for energy in 40% and for food around 35% due to factors such as population increase in the developing countries, increased longevity, the intense urbanization, increasing middle class and changes in consumer behaviour. Feeding approximately 1.5 billion people around the world, according to the FAO Brazil is crucial to the achievement of global targets. EMBRAPA points out that the availability of natural resources, associated with public policy, technical and scientific skills and entrepreneurship of the Brazilian farmers are fundamental factors for the agricultural expansion of Brazil. On the microeconomic and macroeconomic scenario which show that there is a constant demand for agricultural products, in the short, medium and long term, coupled to aware that sustainability will be a relevant factor in getting an optimization of productivity, decided by the creation and formalisation of a micro company that is born with big goals with a focus on supply chain management (SCM) initially given the local wholesaler demand as a form of capitalization of the Organization, however, aware that the added value through a sustainable production system, the quest for precision agriculture and the improvement of production through processing and the resulting creation of value and considerable increase in profitability by eliminating " middlemen " will be the strategic milestones that have provided sustainable sustainable growth.

Key words: agribusiness, sustainability, business plan.

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1: Descrição dos investimentos

Gráfico 2: Custos de Comercialização

Gráfico 3: Projeção dos custos de MD (materiais diretos)

Gráfico 4: Projeção de custos operacionais mensais

Gráfico 05: Projeção de receita

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 01: Logomarca da empresa

Figura 02: Memorial Descritivo da Propriedade (pag. 01)

Figura 03: Memorial Descritivo da Propriedade (pag. 02)

Figura 04: Memorial Descritivo da Propriedade (pag. 03)

Figura 05: CCIR da propriedade agrícola - Ilha Pequena

FIGURA 6: Foto tirada à margem do rio São Francisco.

FIGURA 7: Foto tirada na Ilha Pequena, na área de vazante.

## **LISTA DE SIGLAS**

CODEVASF: Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco

CONAB: Companhia Nacional de Abastecimento

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

OCDE: Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico

FAO: Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura

EMBRAPA: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EMATER: Empresa Brasileira de Extensão Rural

ABAG: Associação Brasileira de Agrobusiness

INCRA: Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

CCIR: Certificado de Cadastro de Imóvel Rural

IPA: Instituto Pernambucano de Agricultura

CHESF: Companhia Hidroelétrica do Vale do São Francisco

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Indicadores financeiros

Quadro 02 - Dados do sócio

Quadro 03: Capital social

Quadro 04: Estudo dos concorrentes

Quadro 05: Estudo dos fornecedores

Quadro 06: Produtos adotados

Quadro 07: Localização

Quadro 08: Mão-de-obra

Quadro 09: Investimentos fixos

Quadro 10: Estoque inicial

Quadro 11: 1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Quadro 12: 2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Quadro: 13: 3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Quadro 14: 4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 15: Caixa Mínimo

Quadro 16: Capital de giro

Quadro 17: Investimentos pré-operacionais

Quadro 18: Investimentos totais

Quadro 19: Faturamento mensal

Quadro 20: Projeções de receita

Quadro 21: Custos de comercialização

Quadro 22: Apuração do custo de MD e/ou MV

Quadro 23: Custos de mão de obra

Quadro 24: Custos com depreciação

Quadro 25: Custos Fixos Operacionais mensais

Quadro 26: DRE

Quadro 27: Indicadores de viabilidade

Quadro 28: Construção de cenário

Quadro 29: Análise F.O.F.A

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
1. 2 Objetivo.....	13
1. 3 Justificativa.....	14
<b>2 MÉTODOLOGIA .....</b>	<b>15</b>
<b>3 PLANO DE NEGÓCIO .....</b>	<b>16</b>
3. 1 Fontes de Recursos .....	20
3. 2 Análise de mercado .....	21
3. 3 Estudo dos concorrentes .....	22
3. 4 Estudo dos fornecedores.....	23
3. 5 Plano de Marketing.....	24
3. 6 Plano Operacional .....	26
3. 7 Plano Financeiro.....	28
3. 8 Construção de Cenários .....	40
<b>4 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA .....</b>	<b>41</b>
4. 1 Avaliação do Plano.....	42
<b>5 Referências .....</b>	<b>44</b>
<b>6 APÊNDICES .....</b>	<b>45</b>
6. 1 Apêndices 1, 2, 3 e 4 - Documentos descritivos da propriedade agrícola .....	45
6. 2 Apêndice 5 - Localização .....	49
6. 3 Apêndice 6 - Fotos da área .....	50

## **1 INTRODUÇÃO**

O plano de negócio é a principal ferramenta disponível para se mitigar ou eliminar os riscos pertinentes a abertura e/ou ampliação de um empreendimento, trata-se de um planejamento minucioso que busca retratar fielmente os possíveis cenários onde a futura empresa estará inserida, o intuito é reduzir os riscos para que não ocorram prejuízos e perdas com equívocos provocados por falta de planejamento, organização, informação e conhecimento sobre as variáveis críticas que todo e qualquer nicho de mercado possui, orientando de forma estratégica, tática e operacional as ações que precisam ser realizadas para o alcance de um objetivo que o plano também ajudará a ser elaborado, mensurando através de técnicas específicas o custo de oportunidade e a viabilidade financeira, trata-se de atribuições da função do plano de negócio, subsidiando desta forma a tomada de decisão quanto a abertura e/ou ampliação de um empreendimento. O plano de negócio é subdividido em planos específicos por áreas de atuação dos setores da organização, à saber, análise de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, construção de cenários, avaliação estratégica e por fim realiza-se a avaliação do plano. (SEBRAE, 2013)

### **1.2 OBJETIVO**

O objetivo deste trabalho é utilizar desse ferramental (plano de negócio) para criação de um empreendimento que possui como ramo de atividade o agronegócio, buscando demonstrar através de seus mecanismos a viabilidade financeira e operacional do futuro negócio, o plano será específico para os dois primeiros anos de vida da empresa, nesse período de dois anos a gestão estratégica determina antecipadamente que todos os esforços e recursos empregados no sucesso da organização terão como objetivo a reestruturação do negócio, onde ao final de cada período contábil o lucro líquido será reinvestido 100% no negócio, através de aquisições de ativos fixos, capacitação de profissionais operacionais e administrativo e certificações, pois, terá uma política de gestão financeira que determina que a empresa terá um crescimento financeiro e estrutural sustentável e não lançará mão de capital de terceiros, tendo em vista, que através de uma escolha assertiva quanto ao sistema de produção e os produtos a serem adotados não haverá necessidade de uma capital inicial vultoso, pois, a futura empresa tem a sua disposição os principais ativos fixos necessários para o desenvolvimento do negócio, que são 15 hectares de terreno agrícola (herança paterna do sócio proprietário), 02 bombas de

irrigação de 05 cavalos, adquiridas em parceria com a CHESF (Companhia Hidroelétrica do São Francisco) e a CODEVASF (Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco), assim como as mangueiras de gotejamento e canos de irrigação, porém, no momento de reestruturação serão adquiridas novas bombas, tendo em vista que as bombas adquiridas em parceria com a CHESF já passaram do período de depreciação, vale salientar que, o valor residual delas também será utilizado na compra de novas bombas. Ao final do referido período será elaborado um novo plano de negócio que tratará da ampliação do negócio e da mudança do modelo de negócio, a empresa colocará em prática a sua visão de negócio (especificada nesse documento) e passará a atuar na produção e comercialização de produtos orgânicos e especialmente no beneficiamento dessa produção.

### **1.3 JUSTIFICATIVA**

A ideia de criação desse empreendimento tem várias motivações, a primeira e não mais importante é a hereditariedade, pois, a família paterna do sócio proprietário foi basicamente formada por agropecuaristas, o avô, o pai, os tios e assim sucessivamente, até mesmo o nome da sua família paterna (Medrado) é oriundo de um termo agrícola “medrar” que etimologicamente significa “fazer crescer (vegetais)” e tem ascendência na Península Ibérica. Em seguida podemos citar o fato de que ao analisarmos documentos e relatórios técnico-científicos emitidos por órgãos competentes como OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico), FAO (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura), CONAB (Companhia Nacional de Abastecimento), EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) podemos inferir claramente que devido ao aumento da população mundial, a transformação de áreas cultiváveis em inférteis devido ao aumento considerável do aquecimento global promovendo o desequilíbrio climático haverá como consequência o aumento relevante da demanda por alimentos, enfatizando desta forma a capacidade de crescimento e solidificação deste mercado, justificando em vários níveis a importância que a empresa terá para a sociedade. A terceira justificativa para acreditarmos no sucesso eminente do negócio proposto é o fato de que a área cultivável onde se localiza a propriedade é uma ilha localizada no rio São Francisco, numa região conhecida como Vale do São Francisco, internacionalmente conhecida como agroexportadora de horticulturas, fruticulturas e vitivinicultura, fomentando desta forma a decisão assertiva de empreender no setor denominado Agronegócio.

## 2 METODOLOGIA

No trabalho será utilizado o método de pesquisa exploratório com o objetivo de conhecer, de forma mais efetiva, as peculiaridades dos fatores envolvidos nas variáveis que determinam o sucesso no agronegócio. As coletas de dados foram realizadas durante o ano de 2018, em grande parte retirados de documentos e sites atualizados com informações, conhecimento, análises e inferências emitidas por especialistas como engenheiros agrônomos, economistas e técnicos da área, sites como o da CONAB, EMBRAPA, IPA e ORGANIS (Conselho Brasileiro de Produção Orgânica Sustentável) também foram coletados dados em sites da CODEVASF, CHESF, EMATER, FAO, OCDE, ABAG (Associação Brasileira de Agrobusiness), e na área de empreendedorismo no site e documentos do SEBRAE, também foram coletados dados do site do IBGE vale salientar que, a pesquisa bibliográfica também ocupou-se de realizar uma análise de documentos técnico-científicos emitidos por órgãos competentes que possuem como parte do escopo de sua missão a pesquisa e desenvolvimento no agrobusiness, entre os documentos analisados podemos citar como os que foram de maior relevância, os documentos “Projeções do agronegócio 2017/2018 a 2027/2028” emitida pelo MAPA (Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento) em parceria com a CONAB e a EMBRAPA no ano de 2018, assim como o documento “Perspectivas Agrícolas 2015 à 2024” emitida pela OCDE/FAO no ano de 2015, bem como o documento “Visão 2030 – O futuro da agricultura brasileira” emitida pela EMBRAPA neste ano de 2018, outro documento relevante foi “Estudo Prospectivo – Produção de Mandioca no Brasil: O desafio do incremento de produtividade com preservação de solos” emitido pela EMBRAPA Mandioca e Fruticultura em agosto de 2018, analisamos os dados da primeira pesquisa brasileira sobre o consumo de orgânicos emitida pelo ORGANIS que possui como título “Consumo de Produtos Orgânicos do Brasil”. Além da pesquisa de campo assistemática com o intuito de conhecer o ambiente de comercialização dos CEASAs, assim como determinar a média dos custos fixos e variáveis como insumos modernos (sementes melhoradas, fertilizantes, inseticidas, fungicidas, e herbicidas) realizada através de visitas à fornecedores realizando entrevistas não estruturadas em lojas físicas de João Pessoa-PB, no SEBRAE-PB foi realizada entrevista com a consultora e analista de viabilidade Zilene Andrade. O intuito da presente pesquisa é comprovar através dos referidos mecanismos e de uma análise qualitativa que há uma viabilidade técnica, operacional e financeira positiva e se dá através de uma demanda real e de uma capacidade instalada que proporcionará o sucesso eminente do empreendimento.

### **3 PLANO DE NEGÓCIO**

É um documento elaborado por empreendedores que buscam planejar estrategicamente a criação ou ampliação de uma organização, possui o objetivo de avaliar a viabilidade do negócio, antecipando cenários futuros, subsidiando o empreendedor de informações relevantes quanto ao negócio, buscando descrever as particularidades do empreendimento e do modelo de negócio que serão as bases para que o empreendedor possa se situar no ambiente de negócio ao qual ele estará ou está inserido, explicitando riscos e perdas advindos da tomada de decisão e mensurando o investimento necessário e os custos envolvidos, mitigando os riscos de morte da empresa. Através do plano de negócio poderemos testar a viabilidade de um negócio, orientar o desenvolvimento das operações e estratégia, atrair recursos financeiros, transmitir credibilidade e desenvolver a equipe de gestão. (DORNELAS, 2018)

É um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (SEBRAE, 2013)

#### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O presente documento tem por objetivo apresentar o planejamento estratégico para criação de uma empresa que possui como ramo de atividade o agronegócio, porém, é necessário destacar que o referido planejamento aborda os dois primeiros anos de atividade da organização, que terão como meta a criação de uma base sustentável, do ponto de vista operacional e financeiro, para que findado esse período ocorra uma reestruturação da empresa possibilitando a abertura de novos mercados através de uma nova abordagem passando a atender a crescente demanda por produtos orgânicos, não obstante podemos afirmar que nos dois primeiros períodos teremos uma empresa agro sustentável e apenas a partir de um novo plano de negócio teremos uma organização que produzirá apenas produtos 100% orgânicos. A Granja Medrado's Agrícola será uma micro empresa do setor agropecuário que possuirá como modelo de negócio a produção e comercialização de horticulturas, analisando e planejando



estrategicamente a cada período produtivo os vários fatores que influenciam a produtividade e rentabilidade na agricultura, no intuito de tomar decisões com relação a cultura a ser semeada e sistema de plantio a ser adotado, com foco na redução dos riscos inerentes a agricultura, bem como, na qualidade do produto através de um sistema de produção sustentável do ponto de vista operacional e financeiro. A futura empresa terá como produtos iniciais a serem semeados, as horticulturas da Mandioca e do Feijão Caupi (popularmente conhecido como Feijão-de-corda) através do sistema de produção consorciado, modelo de produção que reduz a degradação do solo e aumenta a rentabilidade, pois, propicia duas safras de culturas diferentes utilizando os mesmos custos fixos e variáveis, ratificando o total interesse de mitigar os danos ao solo, será utilizado um sistema de irrigação por gotejamento, que reduz consideravelmente o processo de erosão e custos com eletricidade, diminui a quantidade de água utilizada, vale salientar que por se tratar de uma ilha não há cobrança de conta de água. Nos 02 anos iniciais da empresa a comercialização e distribuição da produção se dará de forma a atender a demanda interna regional através dos mercados de vendas em atacado, ou seja, toda produção de determinada cultura será comercializada através dos mercados do produtor (CEASAs) seguindo a cotação de preço na data da colheita, nesse período, a administração se compromete a reinvestir 100% do lucro líquido na estruturação da empresa, capacitação dos profissionais e certificações necessárias para agregar valor aos produtos como forma de subsidiar a médio prazo a referida mudança no modelo de negócio, tendo como visão ser referência no mercado agrícola como uma empresa fornecedora de produtos livres de agrotóxicos, reconhecida pelo seu profissionalismo e ética, comprometidos com a qualidade de vida dos consumidores e com a mitigação dos danos ao solo e ao Rio São Francisco, bem como, objetivando fortalecer sua imagem no ramo do agronegócio como uma empresa que produz com consciência socioambiental. Produzindo e comercializando culturas agrícolas orgânicas, utilizando técnicas de produção sustentáveis e o beneficiamento da produção. A área produtora é de 15 hectares e fica localizada em uma ilha no Rio São Francisco na altura da cidade de Santa Maria da Boa Vista em Pernambuco, denominada Ilha Pequena, a referida região é conhecida como Vale do São Francisco e possui reconhecimento internacional pela produção de horticulturas, fruticulturas e vitivinicultura.

Quadro 01: Indicadores financeiros

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 168.826,76	R\$ 168.826,76
Lucratividade	33,36%	33,36%
Rentabilidade	586,76%	586,76%
Prazo de retorno do investimento	3 meses	

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Neste capítulo, são apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio, da orientação estratégica do negócio e suas características de mercado.

## DADOS DO EMPREENDIMENTO

Razão Social: Saulo Gabriel Granja Medrado ME.

Nome Fantasia: Granja Medrado's Agrícola

Forma Jurídica: Microempresa.

Empresário Individual:

Pessoa física que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Responde com o seu patrimônio pessoal pelas obrigações contraídas pela empresa. (SEBRAE, 2013)

Ramo de atividade: (0119-09) Cultivo de Lavouras Temporárias Não Especificadas Anteriormente.

Sector de Atividade: Produção Agrícola.

Enquadramento tributário: Optante pelo SIMPLES Nacional.

Número de funcionários: 05 (cinco) funcionários, inicialmente todos terão as mesmas atribuições de função.

## DADOS DO SÓCIO

Quadro 02 - Dados do sócio

Nome do sócio	Perfil/Cargo	Atribuições	Telefone
---------------	--------------	-------------	----------

Saulo Gabriel Granja Medrado	Administrador	A administração estratégica, tática e operacional.	(83) 98771-6579
Perfil:			
Empresário Individual, concluinte do curso de Administração da Universidade Federal da Paraíba, vem se preparando para o momento de empreender, através de conhecimentos adquiridos em anos de vivência no mercado de trabalho na iniciativa privada atuando em diversas funções como por exemplo na área comercial, adquirindo poder de negociação e persuasão, na área administrativa financeira, absorvendo técnicas de gestão financeira e por fim também atuou na área logística fazendo a interface entre os gestores de compras e o setor fiscal financeiro, tributário e fornecedores diversos de uma empresa atacadista			

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## ORIENTADORES ESTRATÉGICOS DA ORGANIZAÇÃO

**Missão:** Produzir alimentos saudáveis, de alta qualidade e de forma sustentável, ou seja, produzir com foco no bem estar das pessoas e de maneira que venha a minimizar os danos ao meio ambiente, desenvolvendo um crescimento financeiro sustentável.

**Visão:** Ser referência no mercado agrícola como uma empresa fornecedora de produtos livres de agrotóxicos, reconhecida pelo seu profissionalismo e ética, comprometidos com a qualidade de vida dos consumidores e com a mitigação dos danos ao solo e ao Rio São Francisco, bem como, objetivando fortalecer sua imagem como uma empresa que produz sem agredir ao meio ambiente e que se preocupa com a saúde do consumidor final. Produzindo e comercializando culturas agrícolas orgânicas e utilizando técnicas de produção sustentáveis que otimizam a produtividade.

**Valores:**

1. **Foco no Cliente:** Toda operação da empresa está voltada para a disponibilização de produtos de alta qualidade ao mercado em termos de sabor, textura e livres de tóxicos causadores de doenças como o câncer.
2. **Ética:** Toda tomada de decisão em todos os níveis da organização seja estratégico, tático ou operacional será pautada na ética e na preocupação socioambiental.
3. **Empreendedorismo:** A inovação e o empreendedorismo são a “alma” da empresa a busca por um crescimento sustentável constante e inovador é nossa essência.
4. **Busca por excelência:** Quando nós mesmos tornamos nossos produtos e processos operacionais obsoletos evitamos que a concorrência o faça, ou seja, buscamos sermos excelentes no que nos propomos realizar.

Quadro 03: Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	SAULO MEDRADO	R\$ 16.883,80	100,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 16.883,80</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

### **3. 1 FONTE DE RECURSOS**

Determina de que maneira serão obtidos os recursos para a implantação da empresa. Para o início das atividades, você pode contar com recursos próprios, de terceiros ou com ambos. (SEBRAE, 2013)

O capital inicial e o capital de giro necessário para abertura da empresa será integralmente oriundo de recursos próprios do empresário, a empresa possui uma política que prioriza a não adesão a capital de terceiros, trabalhando com foco no crescimento financeiro sustentável, expandindo as operações conforme as necessidades estruturais e as demandas do mercado. Através de suas economias pessoais oriundas de anos de trabalho na iniciativa privada desempenhando diversas funções, bem como, outros recursos oriundos de anos de arrendamento da propriedade agrícola onde será implantada a empresa, terreno esse denominado Ilha Pequena. A não adesão a capital de terceiros se dá devido a uma decisão estratégica tomada em virtude das altas taxas de juros do mercado de capital e o alto risco de perda da propriedade através de penhor da propriedade e por fim devido a influência do modus operandi do progenitor do empresário, que com recursos próprios obtinha excelentes lucros líquido.

### **3.2 ANÁLISE DE MERCADO**

Fornece uma visão geral do projeto, destacando seus aspectos mais importantes, busca conhecer com profundidade o mercado onde a empresa será inserida e suas peculiaridades (SEBRAE, 2013)

#### **ESTUDO DOS CLIENTES**

Os principais canais de comercialização da cadeia de horticultura, no Brasil, são: Venda direta ao consumidor em feiras livres, residências (porta a porta), cooperativas de consumidores, lojas próprias de cooperativas ou associações de produtores; Negociação com intermediários varejistas e atacadistas, e-commerce, supermercados, lojas de conveniência, frutarias, açougues, centrais de distribuição, restaurantes, cozinhas industriais, processadores de alimentos agroindústrias, cooperativas agropecuárias e outros; Inserção do produto no Mercado Institucional (PAA – Programa de Aquisição de Alimentos e PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar). (SEBRAE, 2013)

#### **PÚBLICO-ALVO**

O público alvo da empresa encontram-se divididos em três mercados distintos, a saber, o mercado primário que é constituído pelos mercados do interior, também chamado de mercado local, os diversos tipos de intermediários e cooperativas adquirem as mercadorias dos produtores e as reúnem nos centros consumidores finais, muitas vezes o comprador se desloca até a área produtiva pra apresentar uma proposta de compra e se responsabiliza pelo

transporte da mercadoria. O mercado terminal constitui o ponto de maior concentração do fluxo de produtos, onde termina o movimento de concentração e se inicia a distribuição dos mesmos até o cliente final, nele se efetuam as grandes trocas de produtos e serviços, localizam-se geralmente nos grandes centros e neles predominam os grandes atacadistas. Conforme foi enfatizado anteriormente a comercialização da produção inicialmente será realizada no atacado, tendo como principal canal de comercialização os Centros Estaduais de Abastecimentos (CEASAs) onde o público-alvo que demanda pelos produtos a serem comercializados são os clientes intermediários comerciantes e intermediários agentes.

## COMPORTAMENTO DOS CLIENTES

Os clientes intermediários comerciantes são os que adquirem para si os produtos que negociam, são por exemplo, chamados popularmente de "atravessadores" que compram toda a produção no atacado e lucram através da distribuição para pequenos varejistas, tendo que arcar com os custos de transporte e distribuição. Os intermediários agentes são aqueles que não adquirem para si os produtos com que trabalham, funcionam como representantes de seus clientes a quem vendem seus serviços, trabalham na base de comissões e salários e não dos lucros da compra e venda.

## ÁREA DE ABRANGÊNCIA

Os clientes que demandam pela produção agrícola da futura empresa estão localizados nos Centros Estaduais de Abastecimentos (CEASAs) de Juazeiro-BA, Cabrobó-PE, Caruaru-PE, Recife-PE, João Pessoa-PB, Campina Grande-PB, ou seja, na região compreendida entre os estados Pernambuco, Bahia e Paraíba. É relevante frisar que existe a figura do intermediário que se desloca até as propriedades agrícolas para propor negociação da produção antes da data da colheita no intuito de reduzir o preço ainda mais.

## 3.3 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Os concorrentes da empresa Granja Medrado's Agrícola são pequenos produtores da região do submédio São Francisco em grande parte possuem custos com arrendamento de terra e aqueles que possuem o título da terra trabalham em propriedades de menos de cinco hectares conforme pesquisa realizada pelo IF Sertão em 2017, segundo os pesquisadores José Gomes de Melo e Roberto Sílvia Costa de Holanda apenas 14,6% dos agricultores se declaram donos da propriedade, porém, vale salientar que nesse mercado existe uma demanda constante pelos produtos o que implica dizer que através de um planejamento assertivo quanto ao momento correto de realizar a preparação do solo e semeadura da terra agregado a um sistema de produção que garanta a qualidade do produto, não haverá maiores preocupações quanto aos concorrentes tendo em vista que a demanda é maior que a oferta.

Quadro 04: Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Pequenos produtores da região do submédio São Francisco	Baixa qualidade	Preço conforme cotação do período	À vista	Submédio São Francisco	Comercialização realizada no atacado	Atacado

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

### 3.4 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Busca identificar os possíveis fornecedores, no que diz respeito a localização, formas de pagamentos, prazo de entrega e nível de confiabilidade. (SEBRAE, 2016)

Quadro 05: Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Insumos modernos, Ferramentas agrícolas, Material de irrigação.	Central de Adubos	Valor informado no plano financeiro	À vista e no cartão de crédito	De 15 a 30 dias	Petrolina-PE
2	Insumos modernos, Ferramentas agrícolas, Material de irrigação.	Gonzaga Agrícola	Valor informado no plano financeiro	À vista e no cartão de crédito	De 15 a 30 dias	Santa Maria da Boa Vista-PE
3	Insumos modernos, Ferramentas agrícolas, Material de irrigação.	Rumo Agrícola	Valor informado no plano financeiro	À vista e no cartão de crédito	De 15 a 30 dias	Petrolina-PE
4	Insumos modernos, Ferramentas agrícolas, Material de irrigação.	Missipi Agrícola	Valor informado no plano financeiro	À vista e no cartão de crédito	De 15 a 30 dias	Santa Maria da Boa Vista-PE

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

**Observação:** A região do vale do São Francisco possui uma quantidade considerada alta de fornecedores de insumos agrícolas devido ao grande número de produtores agropecuarista na região, o que implica dizer que há na região preços bem competitivos favoravelmente para o produtor. Os fornecedores à cima citados estão estabelecidos na região a pelo menos 15 anos.

### 3.4 PLANO DE MARKETING

As estratégias de marketing são os meios que viabilizam o alcance dos objetivos comerciais, através do composto de marketing, também chamado de 4Ps (quatro pés): Produto, Preço, Praça e Propaganda. A empresa deverá possuir sinergia entre os setores para que os interesses setoriais estejam alinhados, como por exemplo, o plano de marketing deverá conhecer dinamicamente as mudanças de interesse da área de produção para desenvolver mecanismos de precificação e comercialização, bem como a área financeira para estabelecer formas de comercialização. (Dornelas, 2018)

### PRODUTOS E SERVIÇOS



Produção através do sistema consorciado de Mandioca e Feijão Caupi (Feijão de Corda).

Quadro 06: Produtos adotados

Nº	Produtos / Serviços
1	Raiz de Mandioca (Tonelada)
2	Feijão Caupi (Saca de 60 kg)

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## PREÇO

Ao decidirmos adotar um modelo de negócio provisório para os dois primeiros períodos do ano onde a comercialização será realizada no atacado, Raiz de Mandioca vendida em toneladas e Feijão Caupi vendido em sacas de 60 kg, utilizando mercados do produtor (CEASAs), aceitamos a ideia de que os preços que serão adotados seguirá a cotação do período de colheita, não obstante buscamos adotar produtos que tenham cenários macroeconômico e microeconômicos que, segundo as inferências elaboradas por especialistas da EMBRAPA, possuem uma demanda advinda das classes que possuem baixa renda representando alimentos básicos para a referida área e demandam por um menor valor referente aos custos de produção e adotando um sistema consorciado no intuito de reduzir ainda mais os riscos advindos dessa volatilidade de preços e proporcionando um crescimento relevante da rentabilidade devido a utilização dos mesmos insumos. É muito importante frisar que o governo federal através da CONAB e do MAPA lançam mão de políticas de controle de preços através do programa de garantia de preços mínimos e são divulgados antecipadamente, por exemplo, no caso da Mandioca o preço mínimo desse item aqui para região nordeste referente à 2019 será R\$ 231,89/tonelada no entanto o valor que tem sido praticado em 2018 está em média R\$ 450,00/tonelada situação que propicia uma certa segurança ao produtor, já no caso do Feijão Caupi o preço mínimo adotado pela CONAB é de R\$ 61,83 no entanto a média de preço praticada em 2018 está em R\$ 90,00.

## ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Através da utilização das redes sociais estaremos fortalecendo a imagem da empresa como uma empresa com o foco na qualidade de vida dos clientes e nas questões socioambientais, tendo como sistema de plantio um modelo sustentável que vem mitigar os danos ao solo e ao Rio São Francisco, bem como, desde já reduzindo ao máximo a utilização de agrotóxicos. A participação em feiras e eventos do agronegócio será importante nesse cenário. A empresa terá como logomarca a imagem exposta na figura 01.



Figura 01: Logomarca da empresa

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Nos períodos iniciais da empresa, ao qual se refere esse plano de negócio, a comercialização e distribuição da produção se dará de forma a atender a demanda interna regional através dos mercados de vendas em atacado, ou seja, toda produção de determinada cultura será comercializada através dos mercados do produtor (CEASAs) seguindo a cotação de preço na data da colheita, nesse período, a administração se comprometeu a reinvestir 100% do lucro líquido na reestruturação da empresa. Os principais meios de comercialização serão os CEASAs de Juazeiro-BA, Petrolina-PE, Cabrobó-PE, Caruaru-PE, Campina Grande-PB, Recife-PE e João Pessoa-PB sendo analisadas as cotações dos referidos CEASAs no período de colheita. O transporte se dá pelo modal rodoviária, através da terceirização.

## LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO:

Trata-se de um terreno agrícola historicamente produtivo, o local é uma ilha no submédio São Francisco, região conhecida internacionalmente pela produção e exportação de fruticulturas, horticolturas e vitiviniculturas, popularmente conhecida como vale do São Francisco, não havendo necessidade de aluguel ou compra de ponto comercial devido ao modus operandi de comercialização adotado.

Quadro 07: Localização

Endereço:	Ilha Pequena
Bairro:	Zona Rural
Cidade:	Santa Maria da Boa Vista
Estado:	Pernambuco
Fone 1:	(83) 8771-6579
Fone 1:	(83) 8814-8009

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

### 3.6 PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é responsável por determinar os processos operacionais a serem executados com foco nos objetivos determinados pelo plano estratégico e tático, através do plano operacional determinamos a capacidade produtiva da organização, como se dará o arranjo físico (layout) da operação e todos os detalhes responsáveis pelo planejamento e controle da produção.

Planejar, ou fazer planos, consiste basicamente em estabelecer o que fazer, quando fazer, como fazer, quem fazer e em que sequência fazer. É uma atividade que esta presente no dia a dia de qualquer ser humano, embora não de forma estruturada, como se faz necessário quando está em jogo o futuro de uma organização. (BARROS NETO, 2002, p. 87).

A Granja Medrado's Agrícola trabalhará com o sistema de produção sustentável consorciado, trata-se de utilizar na mesma área agrícola duas culturas diferentes, o que propicia um maior aproveitamento da área produtiva, o que implica dizer que haverá uma redução de custos, pois, as duas culturas utilizaram os mesmos insumos agrícolas, culminando no aumento da rentabilidade e lucratividade. A água que se utiliza na lavoura de Mandioca será aproveitada pelo Feijão Caupi assim como os fertilizantes, herbicidas, fungicidas e assim por diante, o feijão será colhido entre 75 e 90 dias, e imediatamente será semeado uma nova safra, enquanto que a Mandioca será colhida em um prazo maior, sua colheita se dá entre 7 a 9 meses. Realizando-se a calagem e a adubação nas doses, épocas e modos de aplicação recomendados, estima-se um rendimento médio de 20 toneladas de raízes por hectare, segundo a EMBRAPA, e no caso do Feijão Caupi estima-se 450 (quatrocentos e cinquenta) sacas de 60 Quilos/Hectares segundo a mesma fonte.

#### LAYOUT

Toda área agrícola será cultivada uniformemente com as duas culturas adotadas, a propriedade possui ao todo 55 hectares, porém, apenas 15 hectares será disponibilizado para o empreendimento, conforme documentos originais emitidos pelo INCRA e expostos nos

apêndices 01 (um), 2 (dois) e 3 (três) e conforme o apêndice 05 (cinco) a propriedade está legalmente disponível para produzir.

Obs.: 1 Hectare = 10.000 metros quadrados

#### CAPACIDADE INSTALADA:

É a capacidade máxima de produção de um projeto.

A Granja Medrado's Agrícola possui 15 hectares de área cultivável, onde serão produzidos duas culturas através do sistema de produção consorciado, cultivará Mandioca e Feijão Caupi, para fim de cálculo da capacidade instalada utilizamos os dados da EMBRAPA:

Mandioca: Para 01 (um) Hectare de área se produz em média 20 toneladas de mandioca, ou seja, para uma área de 15 hectares há uma capacidade instalada de produzir 300 toneladas.

Cap. Instalada = 20 toneladas/Hectares x 15 Hectares = 300 toneladas

Feijão Caupi: Para 01 (um) Hectare de área se produz em média 30 sacas de 60 kg, ou seja, para uma área de 15 hectares há uma capacidade instalada de 450 sacas de 60 kg.

Cap. Instalada = 30 sacas/Hectares x 15 Hectares = 450 sacas de 60 kg

OBS.: Prazo para colheita 03 meses, o que implica dizer que poderemos realizar 04 colheitas ao ano, dando um total de 1800 sacos ao ano.

#### PROCESSOS OPERACIONAIS

As atividades operacionais se dividem em:

- Aração (terceirizado)
- Análise Química e Física do solo (terceirizado),
- Aplicação dos corretivos do solo (adubagem e calagem),
- Semeadura do solo,
- Controle da irrigação,
- Aplicação dos insumos conforme a necessidade (controle de qualidade),
- Controle de pragas e doenças (controle de qualidade),
- Colheita
- Transporte para comercialização

#### NECESSIDADE DE PESSOAL (MÃO-DE-OBRA)

Desenvolve todas as funções operacionais no que diz respeito ao manejo e cultivo da terra, assim como, no auxílio do transporte da produção, não havendo superior hierárquico entre os cinco colaboradores sendo subordinados diretamente ao sócio proprietário.

Preparação do solo,

Semeadura da terra,

Controle da irrigação,

Aplicação de insumos (controle de qualidade),

Controle de doenças e pragas (controle de qualidade),

Colheita da produção e

Carregamento do veículo de transporte.

Quadro 08: Mão-de-obra

Cargo/Função	Quantidade	Qualificações necessárias
Auxiliar de Produção	05 (cinco) colaboradores	Experiência com processos produtivos de plantio de horticulturas.

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

### 3.7 PLANO FINANCEIRO

Todos os pressupostos e os dados quantitativos apresentados em outras partes do plano de negócio são submetidos a um teste numérico. Em outras palavras, as projeções financeiras são elaboradas com todas as estimativas de vendas da empresa, todos os custos de produção, distribuição, logística e despesas comerciais e administrativas em um resumo de tipo financeiro. (SEBRAE, 2013)

#### INVESTIMENTOS FIXOS

Quadro 09: Investimentos fixos

A - Imóveis	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00
B - Máquinas	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Bomba Schneider BC-21R 2 1/2 5,0CV - 220/380/440V Trifásica	2	R\$ 2.684,65	R\$ 5.369,30

2	Mangueira para Gotejamento	1	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00
3	Enxada Extreita 2 Libras Com Cabo De 145 Cm Tramontina	5	R\$ 34,90	R\$ 174,50
4	Pulverizador Costal 20 Litros Manual Bomba 20 L Kala	4	R\$ 110,00	R\$ 440,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 8.893,80
C-Equipamentos	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
R\$ 0,00				
D-Móveis e Utensílios	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
R\$ 0,00				
E-Veículos	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
R\$ 0,00				
F-Computadores	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
R\$ 0,00				
TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):				R\$ 8.893,80

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## ESTOQUE INICIAL

Quadro 10: Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Fertilizantes	10 L	R\$ 24,00	R\$ 240,00
2	Inseticida Orgânico Óleo de Neem	10 L	R\$ 46,00	R\$ 460,00
3	Fungicida Orgânico Silício Bugram	10 L	R\$ 28,00	R\$ 280,00
4	Herbicida	10 KG	R\$ 285,00	R\$ 2.850,00
5	Sementes Feijão Caupi BRS Imponente	1 LOTE	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
6	Manivas de	1 LOTE	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00

	Mandioca			
TOTAL (A)				R\$ 6.530,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## CAIXA MÍNIMO

Quadro 11: 1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À Vista	100	90	90
<b>Prazo médio total</b>		<b>90</b>	

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Quadro 12: 2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Fornecedores	100,00	180	180
<b>Prazo médio total</b>			<b>180</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Quadro 13: 3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Número de dias	90

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Quadro 14: 4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	90
2. Estoques – necessidade média de estoques	90
Subtotal Recursos fora do caixa	180
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	180

Subtotal Recursos de terceiros no caixa	180
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Quadro 15: Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 10.874,12
2. Custo variável mensal	R\$ 5.620,25
3. Custo total da empresa	R\$ 16.494,37
4. Custo total diário	R\$ 549,81
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	0
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 0,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## CAPITAL DE GIRO (Resumo)

Quadro 16: Capital de giro

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 6.530,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 0,00
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 6.530,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Quadro 17: Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.200,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 0,00
Análise Química e Física de solo	R\$ 260,00
TOTAL	R\$ 1.760,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018



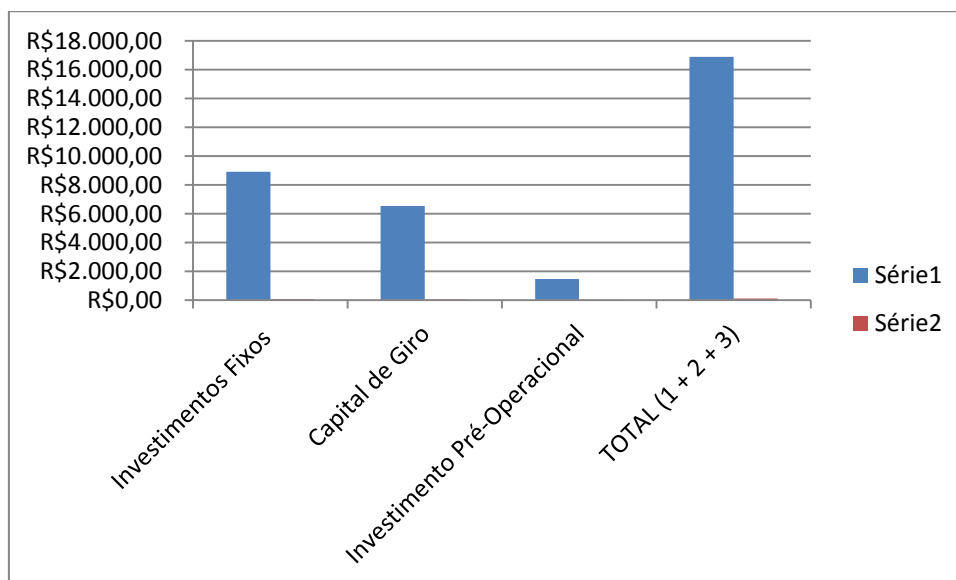
## INVESTIMENTO TOTAL

Quadro 18: Investimentos totais

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 8.893,80	52,68
Capital de Giro	R\$ 6.530,00	38,68
Investimento Pré-Operacional	R\$ 1.460,00	8,65
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 16.883,80</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Gráfico 01: Descrição dos Investimentos



Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## FATURAMENTO MENSAL

Quadro 19: Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Raiz de Mandioca (Tonelada)	25	R\$ 450,00	R\$ 11.250,00
2	Feijão Caupi (Saca – 60 kg)	150	R\$ 90,00	R\$ 13.500,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 24.750,00</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

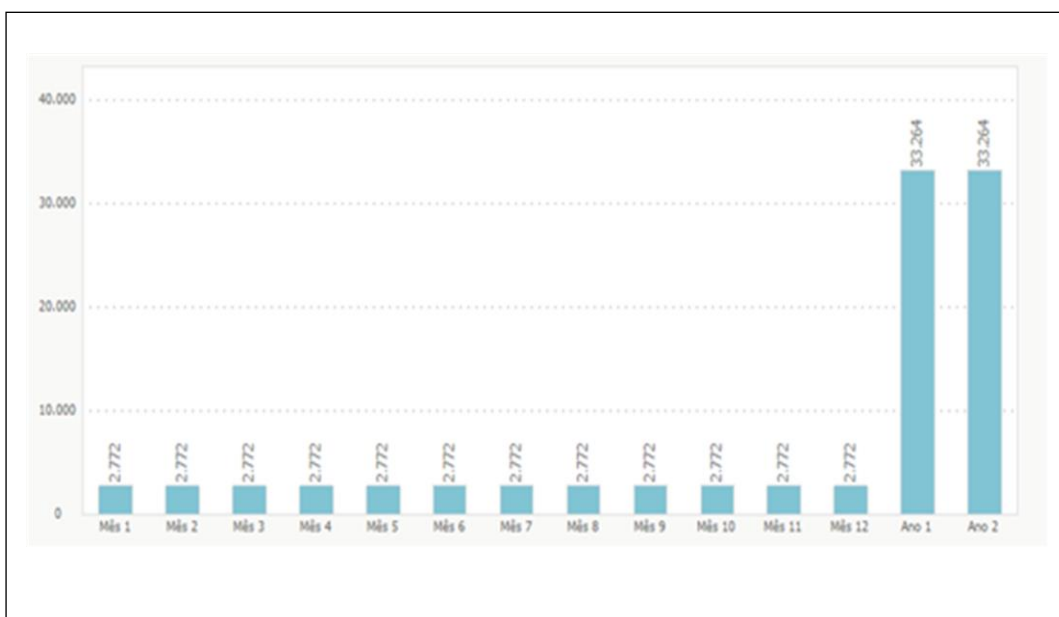
## CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Quadro 20: Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	11,2	R\$ 24.750,00	R\$ 2.772,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0	R\$ 24.750,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	0	R\$ 24.750,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0	R\$ 24.750,00	R\$ 0,00
Total Impostos			R\$ 2.772,00
Total Gastos com Vendas			R\$ 0,00
Total Geral (Impostos + Gastos)			R\$ 2.772,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Gráfico 02: Projeção de custos de comercialização



Fonte: Pesquisa Atual utilizando software SEBRAE, (2018)

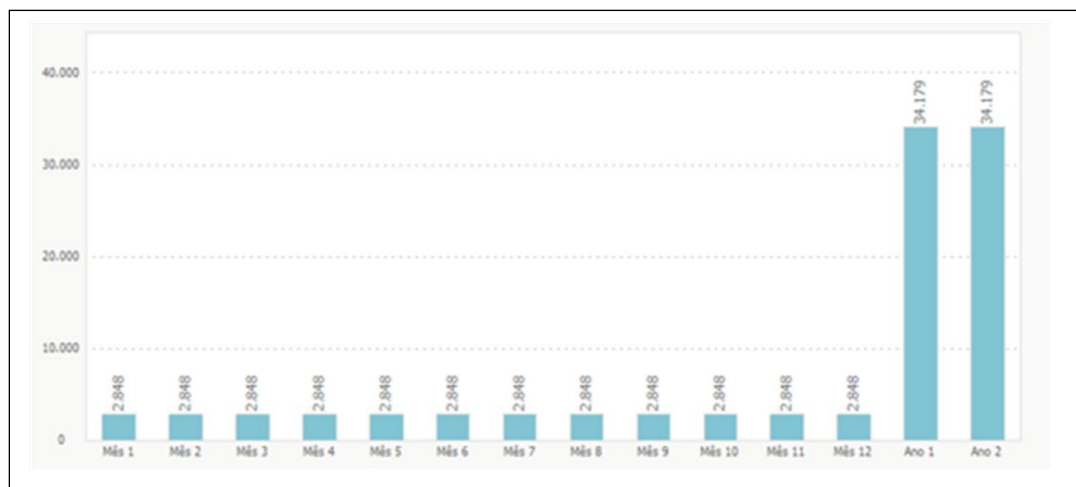
## APURAÇÃO DO CUSTO DE MD E/OU MV

Quadro 21: Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Raiz de Mandioca	37	R\$ 22,79	R\$ 569,75
2	Feijão Caupi (Feijão-de-Corda)	150	R\$ 15,19	R\$ 2.278,50
TOTAL				<b>R\$ 2.848,25</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Gráfico 3: Projeção dos custos de MD (materiais diretos)



Fonte: Pesquisa Atual utilizando software SEBRAE, (2018)

## CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Quadro 22: Custos de mão de obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Auxiliar	5	R\$ 1000,00	R\$ 5000,00	37	R\$ 1.850,00	R\$

de Produção						6.850,00
TOTAL	5		5.000,00		R\$ 1.850,00	R\$ 6.850,00

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## CUSTOS COM DEPRECIAÇÃO

Quadro 23: Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 8.893,80	10	R\$ 889,38	R\$ 74,12
Total			R\$ 889,38	R\$ 74,12

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Quadro 24: Custos Fixos Operacionais mensais

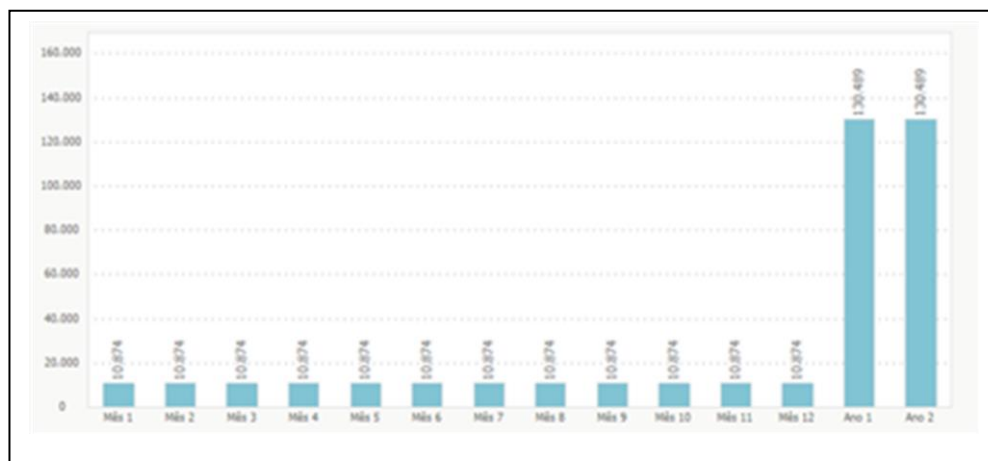
Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00

IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 300,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 3.500,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 0,00
Salários + encargos	R\$ 6.850,00

Material de limpeza	R\$ 0,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de transporte	R\$ 150,00
Depreciação	R\$ 74,12
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 10.874,12</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Gráfico 4: Projeção de custos operacionais mensais



Fonte: Pesquisa Atual utilizando software SEBRAE, (2018)

## DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DE EXERCÍCIO

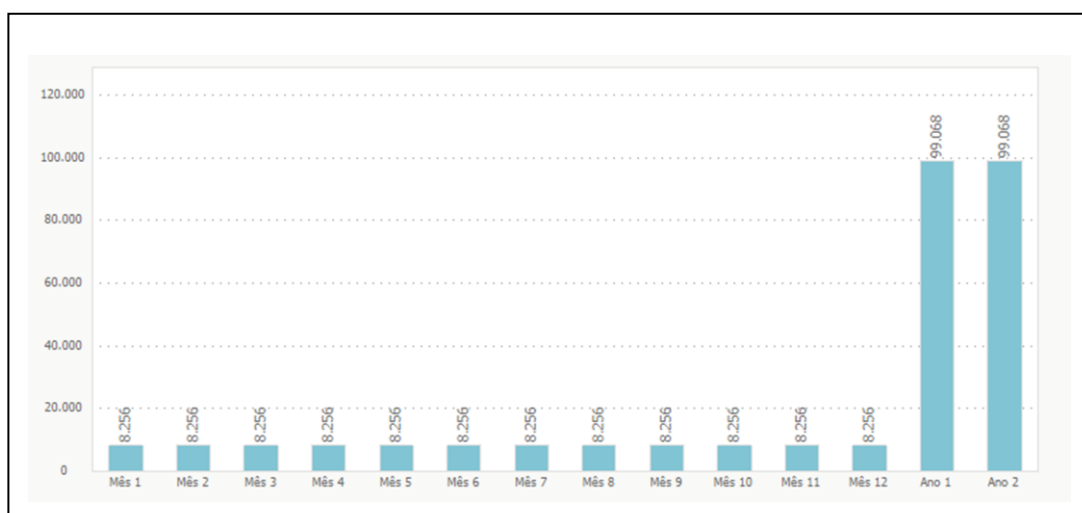
Quadro 25: DRE

Descrição	Valor	Valor Annual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 24.750,00	R\$ 297.000,00	100,00

2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 2.848,25	R\$ 34.179,00	11,51
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.772,00	R\$ 33.264,00	11,20
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 5.620,25	R\$ 67.443,00	22,71
3. Margem de Contribuição	R\$ 19.129,75	R\$ 229.557,00	77,29
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.874,12	R\$ 130.489,44	43,94
5. Resultado Operacional: LUCRO	<b>R\$ 8.255,63</b>	<b>R\$ 99.067,56</b>	<b>33,36</b>

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

Gráfico 05: Projeção de receita



Fonte: Pesquisa Atual utilizando software SEBRAE, (2018)

## INDICADORES DE VIABILIDADE

Quadro 26: Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1	Ano 2
Ponto de Equilíbrio	R\$ 168.826,76	R\$ 168.826,76
Lucratividade	33,36 %	33,36 %
Rentabilidade	586,76 %	586,76 %
Prazo de retorno do investimento	3 meses	

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## 11 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

Quadro 27: Construção de cenário

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 24.750,00	100,00	R\$ 22.275,00	100,00	R\$ 29.700,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 2.848,25	11,51	R\$ 2.563,43	11,51	R\$ 3.417,90	11,51
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 2.772,00	11,20	R\$ 2.494,80	11,20	R\$ 3.326,40	11,20
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 5.620,25	22,71	R\$ 5.058,23	22,71	R\$ 6.744,30	22,71
3. Margem de contribuição	R\$ 19.129,75	77,29	R\$ 17.216,78	77,29	R\$ 22.955,70	77,29
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 10.874,12	43,94	R\$ 10.874,12	48,82	R\$ 10.874,12	36,61
Resultado Operacional	R\$ 8.255,63	33,36	R\$ 6.342,66	28,47	R\$ 12.081,58	40,68

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

## 12 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

É um instrumento que permite tornar a organização mais eficiente e eficaz competitivamente a partir da análise de seus pontos fortes e fracos, F.O.F.A. é um acróstico para, Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças. (SEBRAE, 2012)

Quadro 28: Análise F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	<b>FORÇAS</b> Sistema de produção sustentável, Abundância de água o ano todo sem custos com conta de água, Demanda constante	<b>OPORTUNIDADES</b> Adoção de novas tecnologias, Beneficiamento da produção,
PONTOS FRACOS	<b>FRAQUEZAS</b> Dificuldade de mensurar os custos de oportunidades, Perdas advindas da logística de transporte.	<b>AMEAÇAS</b> Alta variabilidade dos preços, O fator climatológico, Incidência de pragas e doenças.

Fonte: Pesquisa Atual, 2018

### Ações:

Buscar adotar mecanismos tecnológicos que aumentem a precisão agrícola, como softwares de gestão e controle da safra, bem como utilizar insumos modernos como sementes melhoradas e fertilizantes orgânicos.

Utilizar mecanismos de controle meteorológico, como por exemplo, o AGRITEMPO (Sistema de Monitoramento Agro meteorológico) e/ou o SISDAGRO (Sistema de Suporte a Decisão na Agropecuária)

Buscar elaborar um planejamento financeiro tendo como pressuposto um cenário de preços de comercialização pessimista e um otimista, analisando a viabilidade do investimento em ambos os cenários, através da análise do histórico de preços dos produtos utilizando dados disponibilizados pelo CONAB e pelos serviços de cotação do CEASA.

Segundo estudo publicado pelo SEBRAE no ano de 2016 (dois mil e dezesseis) o setor agrícola possuiu perdas do momento da colheita até a mesa do consumidor final da ordem de 35%, portanto, trabalharemos com procedimentos operacionais de transporte focados na redução desse tipo de perda através de embalagem de qualidade no caso do Feijão Caupi e no



caso da mandioca, a conscientização dos colaboradores responsáveis por esse processo, vale salientar que, no caso da mandioca há uma maior resistência ao transporte.

### **13 AVALIAÇÃO DO PLANO**

Este plano teve como objetivo apresentar a viabilidade de implantação de uma micro empresa do agronegócio, analisando as variáveis e mensurando os riscos. Desse modo, podemos constatar que o plano acima é uma ferramenta eficiente e eficaz para a implantação ou ampliação de uma empresa, independentemente de ser do referido segmento, sendo observada a viabilidade financeira do negócio. O setor agrícola é um segmento promissor e que tem como garantia a constante demanda por alimentos e pela ascensão dos biocombustíveis, assim sendo, a Granja Medrado's Agrícola, nos próximos anos, estará abrindo suas portas, com o intuito de trazer ao mercado uma nova opção de produtos agrícolas de alta qualidade.

### **14. CONCLUSÃO**

Durante a elaboração deste plano de negócio aprendemos que há uma discrepância relevante entre uma gestão intuitiva e uma gestão eminentemente profissional, o senso comum descrevi a administração como algo a ser desenvolvido através apenas do conhecimento empírico, que poderíamos efetivamente sermos excelentes administradores apenas através da prática no dia a dia, porém, por meio deste presente documento inferimos claramente que o processo de aprendizagem e retenção de conhecimento a despeito de uma gestão eficiente de um determinado negócio, independente do ramo de atividade, exige um tempo padrão que implicará na mortalidade do empreendimento, não havendo tempo e mecanismos eficazes para correção de equívocos oriundos de tomadas de decisão incorretas advindas da falta de conhecimento sobre o mercado ao qual a empresa esteja inserido, assim como, sobre as técnicas e tecnologias adotadas em uma gestão profissional, tornando evidente através deste documento que o plano de negócio é uma ferramenta de crucial relevância no que tange a mensurar os riscos envolvidos na tomada de decisão no âmbito empresarial, sendo importante para o aprendizagem de maneiras de antever situações futuras que implicariam no óbito da empresa. O administrador profissional diferentemente do intuitivo, busca mensurar, de forma eficiente e eficaz, todos os riscos envolvidos no processo de tomada de decisão e lança mão

de técnicas de gestão para antever e retificar situações que implicariam em um resultado insatisfatório para a empresa, já o administrador intuitivo busca abordar de forma corretiva os problemas corporativos em detrimento de um planejamento estratégico.

Podemos concluir com isso que o mecanismo mais eficiente que se tem para analisar a viabilidade de implantação de um negócio, seja no momento de criação ou de ampliação é o plano de negócio, e em se tratando do agronegócio apesar das variáveis críticas que podem influenciar diretamente no sucesso do empreendimento, ainda assim o referido mecanismo possui alta relevância como ferramenta que norteia e auxilia a gestão permitindo que o administrador agrícola se antecipe aos fatos, propiciando uma tomada de decisão mais assertiva.

## REFERÊNCIAS

DORNELAS, José. Empreendedorismo. – Transformando ideias em negócios. São Paulo: Atlas, 2017.

EMBRAPA. **Visão 2030 : o futuro da agricultura brasileira.** – Brasília, DF : Embrapa, 2018. Agropensa – Sistema de Inteligência Estratégica da Embrapa. São Paulo : Atlas, 2008.

Brasil. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Projeções do Agronegócio: Brasil 2017/18 a 2027/28.** projeções de longo prazo / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. – Brasília: MAPA/ACE, 2018.

EMBRAPA. **Mandioca: o produtor pergunta, a Embrapa responde.** – Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica – Coleção 500 perguntas, 500 respostas. Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical. V. Coleção. 2006

NETO, Assaf N.; LIMA, Guasti F.; **Curso de Administração Financeira**, 3ª Edição. São Paulo. 2014.

RICHARDSON, R. J.; **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**; 3ª Edição. 1999.

HOFFMANN, Rodolfo; Et al; **Administração da Empresa Agrícola**; 4ª Edição. 1984

ALMEIDA, Clóvis Oliveira et.al. **Estudo prospectivo – produção de mandioca no Brasil: o desafio do incremento de produtividade com preservação de solos.** Embrapa Mandioca e Fruticultura, 2018.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócio, São Paulo. 2013.

SANTOS, dos José Gilberto; MARION, Carlos José; **Administração de Custos na Agropecuária.** Editora Atlas. 1996.

FREZATTI, Fábio, **Orçamento Empresarial – Planejamento e Controle Gerencial**; Editora Atlas, São Paulo, 2009.

## SITES CONSUTADOS:

<https://www.conab.gov.br/>

<https://www.conab.gov.br/info-agro/custos-de-producao>

<http://portalibre.fgv.br/main.jsp?lumChannelId=402880811D8E34B9011D92B8C944175A>

<http://www.codevasf.gov.br>

<https://www.chesf.gov.br/sustentabilidade/Pages/default.aspx>

<http://www.ipa.br>

<http://www.ceasape.org.br/cotacao>

<https://www.portaldoagronegocio.com.br/pagina/indicadores-e-precos>

<http://www.mfrural.com.br/busca.aspx?palavras=insumos+agricolas>

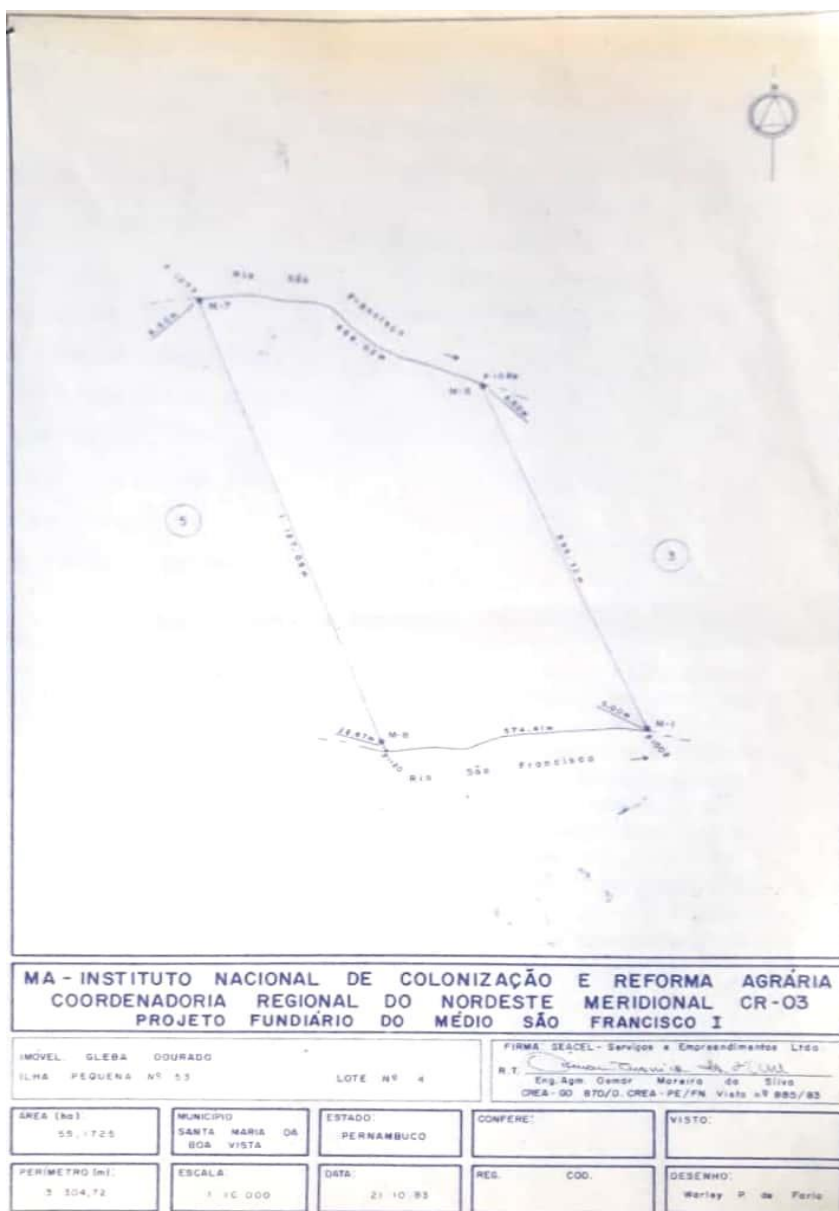
## APÊNDICE 1: MEMORIAL DESCRITIVO DO TERRENO

<b>MINISTERIO DA AGRICULTURA</b> <b>INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA</b> COORDENADORIA REGIONAL DO NORDESTE MERIDIONAL CR/ 03 PROJETO FUNDIÁRIO DO MÉDIO SÃO FRANCISCO I	
<b>MEMORIAL DESCRITIVO</b>	
ESTADO: PERNAMBUCO	MUNICÍPIO: SANTA MARIA DA BOA VISTA
IMÓVEL: GLEBA DOURADO	ILHA N.º 53 "Ilha Pequena" LOTE N.º 4
FOLHA N.º 9	AREA: 55,1725 ha
INSTRUMENTO: Wild T-1	PERÍMETRO: 3.304,72m.
	METODO EMPREGADO: ESTADIMETRICO
<b>1 - SITUAÇÃO GEOGRÁFICA:</b>	
NORTE: Rio São Francisco	
ESTE: Lote 3	
SUL: Rio São Francisco	
OESTE: Lote 5	
<b>2 - DESCRIÇÃO DO PERÍMETRO:</b>	
<p>"Começa no marco 6, cravado na confrontação com o lote 3; daí, segue confrontando com este no azimute de 156º13'27" e distância de 896,32m. até o marco 1; daí, segue confrontando ainda com o lote 3 no azimute de 189º04'51" e distância de 5,00m. até o ponto P-1002, junto ao Rio São Francisco; daí, segue rio acima, na distância de 574,41m. até o ponto P-1120; daí, segue confrontando com o lote 5 no azimute de 339º23'49" e distância de 22,87m. até o marco 8; daí, segue confrontando ainda com o lote 5 no azimute de 339º26'27" e distância de 1.127,08m. até o marco 7; daí, segue confrontando ainda com o lote 5 no azimute de 357º57'52" e distância de 6,50m. até o ponto P-1077, junto ao Rio São Francisco; daí, segue rio abaixo, na distância de 668,02m. até o ponto P-1069; daí, segue confrontando com o lote 3 no azimute de 199º12'32" e distância de 4,50m. até o marco 6, ponto de começo."</p>	

## APÊNDICE 2: DOCUMENTOS DO TERRENO

ELEMENTOS DO PERIMETRO			
LADOS	COMPRIMENTOS	AZIMUTES	OBSERVAÇÕES
	(m)		
M6-M1	896,32	156º13'27"	Rio São Francisco
M1-P1002	5,00	189º04'51"	
P1002-P1120	574,41		
P1120-M8	22,87	339º23'49"	
M8-M7	1.127,08	339º26'27"	Rio São Francisco
M7-P1077	6,50	357º57'52"	
P1077-P1069	668,02		
P1069-M6	4,50	199º12'32"	

## APÊNDICE 3: MAPA DO TERRENO



## APÊNDICE 4: CERTIFICADO DE CADASTRO DE IMÓVEL RURAL

CASA CIVIL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA - INCRA CERTIFICADO DE CADASTRO DE IMÓVEL RURAL - CCIR EMIÇÃO EXERCÍCIO 2017	
	
DADOS DO IMÓVEL RURAL <span style="float: right;">2ª VIA - PÁG.: 1 / 1</span>	
CÓDIGO DO IMÓVEL RURAL 223.093.019.321-9	DENOMINAÇÃO DO IMÓVEL RURAL Ilha Pequena
ÁREA TOTAL (ha) 55,1725	CLASSIFICAÇÃO FUNDIÁRIA Pequena Propriedade Improdutiva <sup>5</sup>
INDICAÇÕES PARA LOCALIZAÇÃO DO IMÓVEL RURAL Lote n 4 - Ilha n 53	DATA DO PROCESSAMENTO DA ÚLTIMA DECLARAÇÃO 09/05/2018
MÓDULO RURAL (ha) 12,8696	Nº MÓDULOS RURAIS 3,51
MÓDULO FISCAL (ha) 55,0000	Nº MÓDULOS FISCAIS 1,0031
SITUAÇÃO JURÍDICA DO IMÓVEL RURAL (ÁREAS REGISTRADAS)	FRAÇÃO MÍNIMA DE PARCELAMENTO (ha) 2,00
UF/MUNICÍPIO DO CARTÓRIO PE/SANTA MARIA DA BOA VISTA	MUNICÍPIO SEDE DO IMÓVEL RURAL SANTA MARIA DA BOA VISTA
DATA REGISTRO 08/05/2018	CNS OU OFÍCIO 76414
MATRÍCULA OU TRANSIÇÃO 22	REGISTRO AV-3-0.022
LIVRO OU FICHA 2	ÁREA (ha) 55,1725
ÁREA DO IMÓVEL RURAL (ha) 55,1725	POSSE A JUSTO TÍTULO 0,0000
POSSE POR SIMPLES OCUPAÇÃO 0,0000	ÁREA MEDIDA -
DADOS DO TITULAR (DECLARANTE)	
NOME Benedito Jose Medrado Lima	CPF/CNPJ 080.024.874-00
NACIONALIDADE BRASILEIRA	% DE DETENÇÃO DO IMÓVEL RURAL 100,00
DADOS DE CONTROLE	
DATA DE LANÇAMENTO 01/12/2017	NÚMERO DO CCIR 18776134186
DATA DE GERAÇÃO DO CCIR 12/10/2018	DATA DE VENCIMENTO: **/**/****
TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS (R\$)	
DÉBITOS ANTERIORES 93,55	TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS 7,61
VALOR COBRADO 101,16	MULTA 1,52
JUROS 0,38	VALOR TOTAL *** QUITADO ***
OBSERVAÇÕES	
1. TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS DO EXERCÍCIO JÁ QUITADA.	
ESCLARECIMENTOS GERAIS	
1. ESTE CERTIFICADO É DOCUMENTO INDISPENSÁVEL PARA DESMEMBRAR, ARRENDAR, HIPOTECAR, VENDER OU PROMETER EM VENDA O IMÓVEL RURAL E PARA HOMOLOGAÇÃO DE PARTILHA AMIGÁVEL OU JUDICIAL "SUCESSÃO CAUSA MORTIS", DE ACORDO COM OS PARÁGRAFOS 1º E 2º DO ARTIGO 23 DA LEI 8.676/96. 2. SEMPRE QUE OCORREREM ALTERAÇÕES NO SEU IMÓVEL, SEJA POR COMPRA, VENDA, PERMUTA, DOAÇÃO, ETC. OU NAS CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO E EXPLORAÇÃO, REALIZE DECLARAÇÃO DE ATUALIZAÇÃO ATRAVÉS DA DECLARAÇÃO ELETRÔNICA DE PROPRIEDADE (DECP) OU PROCURE O INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA - INCRA OU A UNIDADE MUNICIPAL DE CADASTRAMENTO - UME, PARA ATUALIZAR O SEU CADASTRO RURAL. 3. AS INFORMAÇÕES DESTES CERTIFICADOS SÃO EXCLUSIVAMENTE CADASTRAIS, NÃO LEGITIMANDO DIREITO DE DOMÍNIO OU POSSE, CONFORME PRECISITA O ARTIGO 3º DA LEI 8.676/96. 4. A TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS FOI LANÇADA COM BASE NAS SEGUINTES LEGISLAÇÕES: LEI 8.676/96, DECRETOS LEI 1.996/96, LEI 4.368/64, DECRETOS LEI 8.933/93 E DECRETOS LEI 8.786/93. 5. O TERMO "IMPRODUTIVO" NO CAMPO "CLASSIFICAÇÃO FUNDIÁRIA" INDICA QUE O IMÓVEL RURAL NÃO ATINGIU OS ÍNDICES QUE O CLASSIFICARIAM COMO PRODUTIVO, DE ACORDO COM O ESTABELECIDO NO ARTIGO 4º DA LEI 8.676/96. 6. FMP - FRAÇÃO MÍNIMA DE PARCELAMENTO DE ACORDO COM O ESTABELECIDO NO PARÁGRAFO 1º DO ARTIGO 4º DA LEI 8.676/96. 7. ÁREA CERTIFICADA CONFORME DISPOSTO NA LEI 18.120/01 E SUAS ALTERAÇÕES.	
TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS	
1. O PRESENTE DOCUMENTO SÓ PODERÁ SER PAGO NO BANCO DO BRASIL. 2. O CCIR COM A TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS NÃO QUITADA ATÉ A DATA DE VENCIMENTO DEVERÁ SER REEMITIDO, PARA ATUALIZAÇÃO DOS CÁLCULOS DE MULTA E JUROS - LEIS 8.676/96, 8.676/96 E 8.330/91. 3. O CCIR SÓ É VÁLIDO COM A QUITADA DA TAXA. 4. A COBRANÇA DA TAXA DE SERVIÇOS CADASTRAIS OBEDECERÁ OS SEGUINTES CRITÉRIOS: A) PARA OS IMÓVEIS RURAIS CONSTANTES NO INCRA ANTES DO ÚLTIMO LANÇAMENTO MASSIVO, O VALOR DA TAXA É RELATIVO A TODOS OS EXERCÍCIOS NÃO LANÇADOS; B) PARA OS IMÓVEIS RURAIS INCLuíDOS NO INCRA APÓS O ÚLTIMO LANÇAMENTO MASSIVO, O VALOR DA TAXA REFERE-SE AOS EXERCÍCIOS NÃO LANÇADOS, A PARTIR DO EXERCÍCIO DE INCLUSÃO; 5. O VALOR DE DÉBITOS ANTERIORES REFERE-SE ÀS TAXAS DE EXERCÍCIOS ANTERIORES AOS EXERCÍCIOS CORRESPONDENTES AO ÚLTIMO LANÇAMENTO MASSIVO, CUA COMPROVAÇÃO DE PAGAMENTO NÃO FOI REGISTRADA ATÉ A DATA DE EMISSÃO DESTES CERTIFICADOS.	
Número de Autenticidade 07550.15410.06509.02181	



## APÊNDICE 5: LOCALIZAÇÃO DA PROPRIEDADE



Fonte: Google Maps, 2018



## APÊNDICE 06: FOTOS DA ÁREA

FIGURA 6: Foto tirada à margem do rio São Francisco.



Fonte: Pesquisa Atual, 2018

FIGURA 7: Foto tirada na Ilha Pequena, na área de vazante.



Fonte: Pesquisa Atual, 2018

